

УДК 811.111'374:811.161.2

Ю. О. Дяків,*Дрогобицький державний педагогічний університет імені Івана Франка, м. Дрогобич*

ЕТИМОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ СЛОВНИКОВОГО СКЛАДУ СУЧАСНОЇ АНГЛІЙСЬКОЇ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА УКРАЇНСЬКУ МОВУ

У статті розглянуто етимологію словникового складу сучасної англійської мови. Звернено увагу на термін «неологізм» та причини виникнення нової лексики. Узагальнено фактичний матеріал про словоскладання як найпродуктивніший спосіб словотвору. Запропоновано класифікацію сучасних англійських неологізмів, що використовуються в українському мовленні під впливом засобів масової інформації та реклами.

Ключові слова: етимологія, неологізм, комунікація, іношмовна лексема, словоскладання, інновація, елемент запозичення, Інтернет, мас-медіа, реклама.

ETYMOLOGICAL ASPECT OF ENGLISH VOCABULARY AND ITS INFLUENCE ON UKRAINIAN

The article scrutinizes etymology of English loan words. Attention is paid to the meaning of the concept «loan word» and the reasons of origin of the new vocabulary. It is summarized the actual stuff about the word-creation as the most productive means of word-formation. It is suggested the classification of modern English loan words that are used in the Ukrainian speech under the influence of mass media and advertisement.

Key-words: etymology, loan words, communication, foreign lexeme, word-formation, innovation, element of borrowing, Internet, mass media, advertisement.

ЭТИМОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ СЛОВАРНОГО СОСТАВА СОВРЕМЕННОГО АНГЛИЙСКОГО И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА УКРАИНСКИЙ ЯЗЫК

В статье рассматривается этимология словарного состава современного английского языка. Сосредоточено внимание на значении понятия «неологизм» и причины образования новой лексики. Обобщено фактический материал о словосложении как самый производительный способ словообразования. Предложено классификацию современных английских неологизмов, которые используются в украинской речи под влиянием средств массовой информации и рекламы.

Ключевые слова: этимология, неологизм, коммуникация, словосложение, инновация, иностранная лексема, элемент заимствования, Интернет, масс-медиа, реклама.

Актуальність теми. Впродовж останніх десятиріч в англійській мові виникло багато нових слів. Це зумовило появу нової галузі лінгвістики – неології. Поповнення словникового складу англійської мови пов'язане з використанням власних мовних ресурсів, тому й парадигми сучасного мовознавства зосереджені на вивченні того, як людина використовує мову як знаряддя спілкування, та як в одиницях мови відображається сам творець мовлення.

На сучасному етапі складаються різноманітні словники нової лексики та списки неологізмів в Інтернеті. Якщо наприкінці ХХ століття серед головних чинників, які впливали на виникнення нової лексики, були політика, мас-медіа й Інтернет [13, 148], то на початку ХХІ століття – екологія, економіка, дискримінація в суспільстві та міжнародний тероризм [5, с. 3].

Актуальність нашого дослідження зумовлена необхідністю вивчення нової англомовної лексики як засобу відображення певних змін, що відбуваються в сучасній лінгвокультурі під впливом культурно-історичних і соціально-політичних умов життя мовного суспільства та її вплив на українську мову.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В останні десятиліття проблема вивчення неологізмів англійської мови посідає вагоме місце в наукових працях багатьох дослідників, серед яких слід відзначити В. І. Заботкіну, (1989) Ю. А. Зацного (1999), І. В. Андрусак (2003), В. О. Чередниченка (2005), О. О. Селіванову (2006) та багатьох інших.

Ю. А. Зацний досліджує проблему виникнення неологізмів, розглядаючи соціальні параметри інноваційних процесів в англійській мові на початку ХХІ століття, якісні зміни в шляхах, способах, тенденціях і механізмах збагачення словникового складу. Науковець розглядає зміни у різних підсистемах лексичного складу англійської мови, зазначаючи, що Інтернет є головним чинником впливу на формування якісних змін у системі словотвору [5, с. 214].

О. О. Селіванова дотримується думки, що однією з найважливіших проблем сучасної лінгвістики є дослідження комунікативної взаємодії індивідів, орієнтоване на їхнє діалогічне взаєморозуміння у співвідношенні з параметрами мови, середовища та культури [8, с. 7]. Дослідниця вважає, що неологізм – це слово чи сполука, використані мовою в певний період для позначення нового або вже наявного поняття. Неологізми належать до пасивного словникового складу мови. Вони з часом засвоюються та стають загальновживаною лексикою, втрачаючи свій статус [9, с. 417].

І. В. Андрусак досліджує неологізми в англійській мові кінця XX століття. Дослідниця вважає, що утворення нової лексики зумовлене когнітивним фактором, тобто яскраво вираженою пізнавальною діяльністю людини, спрямованою на адекватне відображення навколишнього середовища й усвідомлення нового місця в ньому, необхідністю найменування нових об'єктів та явищ, які осмислив і вичленив у своїй картині світу її носій [1, с. 15].

У згаданих вище розвідках мова йде про теоретичний аспект вивчення неологізмів, але лише дослідження Ю. А. Зацного є найближчим до теми нашої статті, так як воно ґрунтується на свіжих прикладах використання нової лексики сучасної англійської мови, зате попри існування таких досліджень залишається ряд дискусійних питань, пов'язаних із появою окремих граней в етимології неологізмів, що вимагає нового сприйняття і осмислення в українській мові. Саме ця проблема й зумовлює актуальність нашого дослідження.

Об'єкт дослідження – процес збагачення словникового складу сучасної англійської мови та особливості функціонування іншомовних неологізмів в українській мові.

Метою статті є прослідкувати закономірності впливу англійських неологізмів на український лексикон.

На основі зазначеної мети дослідження можна чітко визначити наступні **завдання**: 1) дати загальне визначення поняття «неологізм»; 2) схарактеризувати умови виникнення англійських неологізмів в українській мові; 3) навести приклади сучасних англіцизмів; 4) розповісти про способи словоскладання нової англійської лексики; 5) подати класифікацію англійських неологізмів, що використовуються в українському мовленні; 6) дійти до ґрунтовних висновків щодо збереження комунікативності запозичень.

Матеріалом дослідження слугує лексичний потенціал англійської мови.

Виклад основного матеріалу. Існує доволі багато трактувань терміну «неологізм».

Неологізм – це слово чи словосполучення, що, появившись у мові на даному етапі її розвитку, було використане тільки в якомусь акті мовлення, тексті чи мові [2, с. 34].

Неологізм – вислів, що сприймається носіями мови як новий. Неологізми можуть об'єднуватися за критерієм їх новизни (computer, supermarket, video, E-mail, Internet, CD, VIP, back-room boys (men engaged in a secret research), red-brick universities (2nd sort), paperback (paper-covered books)) [2, с. 4].

Неологізми виникають у мові соціуму в певній соціальній, професійній групі і тим самим у багатьох випадках вважаються «нестандартними». Щоденне постійне теле- та радіомовлення пропонує рекламу численних закордонних товарів, нерідко таких, для позначення яких в українській мові не існує слів. Тому в українській мові відбувається запозичання з іноземної мови (зазвичай – англійської) усно-писемним шляхом. Наприклад, дуайєн – особа, яка очолює дипломатичний корпус в якійсь країні, фонофіл – любитель телефонів, *нюс-реліз* – випуск новин, *дискоонт* – знижка, *консумація* – споживання, *бебі-бум* – сплеск народжуваності, *армрестлінг* – рукоборство, *екшн* – дія, *дефростер* – розморожувач, *сервіс* – обслуговування, *паркінг*, *дайвінг* – пірнання, *ліфтинг* – підтяжка, *флаєр* – рекламна листівка, *консумент* – споживач, *сейл* – розпродаж, *офіс* – контора, *сек'юриті* – охорона, *бартер* – товарообмін, *лізинг* – оренда, *пресинг* – тиск, *фотолеркінг* – анонімний перегляд чужих фотографій на сайтах та інші [6, с. 259].

Словоскладання є найпродуктивнішим способом словотвору. Значна частина нових складних слів являє собою сполучення двох іменників (модель N+N). Саме аналітизм англійської мови створює необхідні умови для стягнення лексем в єдині складні, але цільні номінеми. Активно відбувався процес творення багатокomпонентних лексичних одиниць, «складних слів синтаксичного типу». Більша частина таких одиниць виникає на базі фразових означень, вони актуалізуються як прикметники (*brick-and-mortar, kiss-and-tell, not-for-profit, pay-per-view, right-to-roam*), однак в останній час зростає і кількість іменників, утворених таким чином: *fly-by-light, just-intime, smoke-and-mirrors, video-on-demand* [10, с. 124].

Важливим джерелом словотворчих елементів загальної мови є розмовні різновиди, особливо сленг і жаргони. Запозичення таких елементів супроводжується змінами в їхній семантиці. У 90-ті роки велику популярність здобули новостворення з елементами head, junkie для позначення людини, яка має велику пристрасть до чого-небудь (у слензі ці елементи мають значення «наркоман»): *data-junkie, cyberhead, nethead, digithead, java-junkie, sports-junkie*. Запозичений зі сленгу елемент – *savvy*, де він функціонував як самостійне слово, входить до складу численних неологізмів – іменників та прикметників, надаючи їм відповідних значень «знання, вміння, навички в певній галузі, добре розуміння чого-небудь; фахівець, експерт в певній галузі, такий, що добре знає, розуміє що-небудь, має необхідні знання, вміння в певній галузі»: *computer-savvy, market-savvy, media-savvy, tech-savvy* [11, с. 19].

Запозиченню з англійської мови сприяє той факт, що за нинішньої доби англійська є глобальною мовою серед інтернаціональної комунікації. Численні англіцизми, що сьогодні вживаються у нашому усному та писемному мовленні проходять певні етапи адаптації, що показано на рис. 1.



Рис.1. Адаптація англійських неологізмів в українській мові

Велику роль у створенні неологізмів-складних слів відіграє аналогія, коли нова одиниця створюється не стільки за певною моделлю, скільки за зразком конкретного слова. У процесі аналогічного словотворення також має місце своєрідне моделювання, відбиття моделі зразка, його морфологічної структури шляхом часткового заповнення моделі новим лексичним матеріалом: *airlift – boatlift – babylift; baby-sitter – churchsitter- home-sitter; seaworthy – carworthy* [12, с. 18].

Дьолог О.С. пропонує наступну класифікацію сучасних неологізмів, що використовуються в українському мовленні під впливом засобів масової інформації та реклами: 1) неологізми, які використовуються у тексті зі збереженням графіки мови-джерела (варваризми): *SMS (Short Message Service), PR (Public Relations), VIP (Very Important Person), Lady Speed Stick, Rexona Crystal, UMC, Gillet Series, Happy Meal, Mc Donald's, Gala, Viscas, ICTV, Word, Microsoft, Old Spice, Vanish* тощо; 2) неологізми, транслітеровані кирилицею (макронізми); при цьому одне слово може бути і варваризмом, і макронізмом: *SMS /CMC, PR/TP (niap), VIP/bin*; 3) складні неологізми, де запозичені основи поєднуються з питомими: *SMS – повідомлення* (з подальшою його трансформацією у *SMS'ka*), *Дак арктика, Gala лимон, Orbit білосніжний, Rex відбілюючий* тощо; 4) неологізми з нестабільною орфографією: *месидж/месідж/меседж, офшор/офф-шор/оф-шор, іміджмейкер/*

імідж-мейкер; 5) О-неологізми, які активно беруть участь у словотворенні: *PR-щик, PR-відділ політ-PR, він-місія, офшорний, бартерний, дисконтний, ваучерний, рейтинговий спонсорувати, спонсорство, ріелторський, екстримний, мультимедійний, серверний, сканувати, провайдерський, іміджмейкерський* [3, 119].

Процес збагачення словникового складу англійської мови – безперервний процес, тому й кількість інновацій на лексичному рівні не піддається точним підрахункам, оскільки неологізми утворюються не в мові взагалі, а у мовленні конкретних носіїв, що й показано на рис. 2.

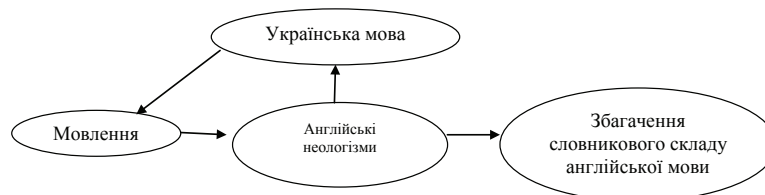


Рис. 2. Зв'язок української мови з англійськими неологізмами.

Висновки. За умови збереження комунікативності запозичення стає одним із джерел поповнення сучасного словника української мови. Певний арсенал запозичених одиниць поступово стає частиною загальноновживаної лексики української мови. При цьому адаптація неологізмів відбувається у більшості випадків через мовлення реклами і засобів масової інформації, оскільки такі сфери життя є надзвичайно поширеними та мають вплив на широкий загаль населення. Підвищена зацікавленість до інновацій обґрунтовується тим, що останнім часом в англійській мові з'явився великий прошарок нових слів та словосполучень, утворених під впливом різноманітних соціальних чинників. Усі ці новотвори потребують комплексного аналізу, нових досліджень основних джерел, способів та механізмів утворення.

Перспективним напрямком поглибленого вивчення даної проблеми може бути порівняльний аналіз запозичень з англійської, німецької та французької мов. Цей факт вимагає постійного дослідження, так як з кожним роком появляються нові слова, які проходять процес адаптації в українському лексиконі.

Література:

1. Андрусак І.В. Англійські неологізми кінця XX ст. як складова мовної картини світу: Автореферат канд. філ. наук. – К. : КНУ ім. Т. Шевченка, 2003. – 20 с.
2. Атрушина Г. Б. Лексикология английского языка : [Учеб. пособие для студентов] / Г. Б. Атрушина, О. В. Афанасьева, Н. Н. Морозова – М. : Дрофа, 1999. – 288 с.
3. Дьолог О. С. Процесс адаптации новейших английских заимствований в современном украинском языкознании // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия Филология. Социальные коммуникации. – 2011. – Т. 24 (63). – № 4. Часть 2. – С. 118–121.
4. Заботкина В. И. Новая лексика современного английского языка / В. И. Заботкина. – М. : Высшая школа, 1989. – 126 с.
5. Зацний Ю. А. Розвиток словникового складу сучасної англійської мови в 80-ті – 90-ті роки XX століття / Ю. А. Зацний. – К. : 1999. – 409 с.
6. Зацний Ю. А. Інновації у словниковому складі англійської мови початку XXI століття: англо-український словник неологізмів / Ю. А. Зацний, В. А. Янков. – Вінниця : Нова Книга, 2008. – 360 с.
7. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов / Н. З. Котелова. – Л. : Наука, 1987. – С. 5–26.
8. Селиванова Е. А. Основы лингвистической теории текста и коммуникации: Монографическое учебное пособие / Е. А. Селиванова. – К. : Фитоцентр, 2002. – 336 с.
9. Селиванова О. О. Сучасна лінгвістика: напрями і проблеми : Підручник / О. О. Селиванова. – Полтава : Довкілля-К, 2008. – 712 с.
10. Семенец Е. О. Социальный контекст и языковое развитие. Территориальная и социальная дифференциация английского языка в развивающихся странах / Е. О. Семенец. – К. : Высшая школа, 1985. – 174 с.
11. Чередниченко В. О. Інноваційна фразеологічна вербалізація в англійській мові (лінгвокогнітивний та соціолінгвістичний параметри) / В. О. Чередниченко. – Запоріжжя : Запорізький національний ун-т, 2005. – 220 с.
12. Dillard J. L. A History of American English / J. L. Dillard. – Harlow : Longman, 1992. – 257 p.
13. Stein G. John Ayto. Twentieth Century Words // International Journal of Lexicology. – Vol. 14. – June 2001. – P. 145–148.